

連携先世界遺産：元離宮二条城 価値主導型・推奨型に基づく文化遺産マーケティング

最新のマーケティング手法を活用して文化遺産の問題を発見し解決する

■受講生

安澤 和樹 (同志社大学・政策学部・2年生)、李 成俊 (同志社大学・政策学部・2年生)、岩本 歩実 (同志社大学・政策学部名・2年生)、大西 稔太朗 (同志社大学・政策学部・3年生)、奥田 味鈴 (同志社大学・法学部・4年生)、小倉 夕佳 (同志社大学・政策学部・2年生)、岸田 祐太 (立命館大学・経済学部・4年生)、小林 さくら (同志社大学・経済学部・3年生)、高橋 来都 (同志社大学・文学部・2年生)、中山 結美子 (京都女子大学・現代社会学部・3年生)、濱崎 あずさ (同志社大学・経済学部・4年生) 林 真優 (同志社大学・政策学部・2年生)、廣瀬 凜久 (同志社大学・政策学部・3年生)、村山 日向 (同志社大学・政策学部・3年生) 本吉 裕輝 (同志社大学・社会学部・4年生)、森 遥香 (同志社大学・社会学部・3年生)、柳田 瑠愛 (同志社大学・政策学部・4年生) 山崎 紗由佳 (同志社大学・社会学部・5年生)、山田 萌花 (立命館大学・社会学部・2年生)、吉田 有志 (同志社大学・商学部・3年生)

■担当教員

多田 実 (同志社大学政策学部教授) TA: 日野 卓汰朗 (同志社大学大学院総合政策科学研究科)

活動目的・概要

一般的に、地域マーケティングと言えば、特産品や観光名所をいかに上手くアピールするかに力点が置かれますが、知名度の高い文化遺産では、見どころや人気のスポットなどが既に定まっていることが少なくないです。本講義のフィールドとなる二条城も、その例外ではなく、毎年恒例のいくつかのイベントでの集客はもちろんのこと、観光客が注目するポイントも特定の場所に限定されているように思われます。しかしながら、特定のイベントが行われない通常の日に繰り返し来場した人の割合(リピート率)や文化遺産修復の一助となる募金をしている人の数は決して多くはなく、何らかの改善策が望まれていることも事実です。

本講義では、人間の感情的な部分を考慮する「マーケティング3.0」の適用をベースとする文化遺産マーケティングを考えます。この手法は、別名「価値主導型マーケティング」とも呼ばれるもので、製品が中心だった「マーケティング1.0」、顧客中心の「マーケティング2.0」とは一線を画す、スピリット・ハート・マインドといった人間の感情的な部分を重要視するマーケティング手法です。さらに、最近では、「マーケティング4.0」として、SNS時代に不可欠な消費者による推奨(アドボケイツ)に焦点を当てたマーケティングも注目されています。これら最新のマーケティング手法を中心に活用して文化遺産の問題を発見し解決することを試みます。



◆主な活動

2023.5.23 ガイダンス

2023.5.30 二条城の広報活動に関するゲスト講義
(文化市民局元離宮二条城管理事務所: 日野貴之様)

2023.6.6 ゲスト講義をふまえたフィールドに関するGW

2023.6.13 マーケティング手法の基礎から応用(講義)

2023.6.20 マーケティング手法の基礎から応用に関するGW

2023.6.25 二条城・二条城周辺地域フィールドワーク
二条城事務所日野貴之様へのインタビュー調査

2023.6.27 価値主導型マーケティングとその周辺事例

2023.7.4 「軸」となる手法や概念の絞り込み

2023.7.11 企画・提案の準備

2023.7.18 企画・提案プレゼンテーション

(各グループワーク期間)

2023.11.19 成果報告会準備・リハーサル

2023.12.10 成果報告会

活動の成果

二条城へおこしやす～時代を超えた心の拠り所～(SHINOBI班)

◆ 活動背景

- ・来場者のほとんどが梅林エリアに訪れない
- 「**価値主導型マーケティング**」による価値創造でファンを獲得！

◆ 提案

- ・**京都市民の京都市民による京都市民のための**スペシャルイベント
- 梅の展示、梅酒の試飲イベント
- コアなファン獲得**にむけ、広告は最小限にとどめる



文化遺産マーケティングによる修復事業を活用した提案(リペアーズ班)

◆ 活動背景

- ・修理費用創出のため、資金調達や修理後の集客が必要
- 高付加価値の体験**を提供し、地域の人にもっと二条城へ来てもらう！

◆ 提案

- ・コンセプト「**イマだけ・ココだけ**」
- 修復過程の見学ツアー実施
- リニューアルオープンイベントの開催
- 「くるり二条城」の**スマホアプリ版の開発**



NICEな映画祭をMICEで(レガシアター班)

◆ 活動背景

- ・**MICEプラン**の新たな利用方法は無いだろうか？
- 他所の野外シアター成功事例を参考に、**協賛企業の誘致**！

◆ 提案

- ・OUTDOOR THEATER JAPAN様への誘致
- 日本全国どこでも劇場化する実践企業
- ・京都映画シアター様への誘致
- 映画上映会**を50年続ける、京都の老舗企業



城内専用紙幣の導入による修理費捻出(二条城限定通貨班)

◆ 活動背景

- ・修理費の募金活動を促進させたい
- 文化財継承**のための活動は**社会貢献**につながる！

◆ 提案

- ・**城内で使用できる専用の紙幣**を発行し、城内の出店で使用可能にする
- 使いきれなかった通貨や売り上げを回収し、修理費用にあてる



活動を振り返って

◇ SHINOBI 班

・ここまで実践的にマーケティングを学ぶことのできる授業は少ないので、本授業はとても良い機会だと思う。自分たちのグループが出した案に対して、さらに个性的に、効果的になるようなマーケティング手法を教授が提示してくれます。

・政策トピックスを受講してこれまで学んできたマーケティングが実際にはどのように活用されているのかを理解することができた。また、マーケティングの様々な事例を調べるにあたってマーケティングをより身近に感じることができた。

◇リペアーズ 班

・講義ではマーケティング2.0から4.0までの移り変わりや様々な場面で利用されるマーケティング手法が異なることを学ぶことが出来ました。学生でプロジェクトを進める上でも、どのような課題があり、自分たちがどの手法を使って解決するかをチームでコミュニケーションを取りながら、色んな新しい情報に触れることが出来てとても良い機会になりました。

・マーケティング手法の学習並びに世界遺産である二条城に訪れ、実際に職員の方のお話などを伺うことができ、大変勉強になった講義でした。

◇レガシアター 班

・マーケティングと京都を代表する世界遺産の二条城を掛け合わせるということが魅力的でこの政策トピックス取らせていただきました。マーケティングを全く知らない状態からグループで学んだことを用いて一つの提案をするという新鮮な経験をさせて頂くことができました。ありがとうございます。

・授業を通じて、二条城という世界遺産に携われる貴重な体験ができました。また、二条城で行われていることなどあまり知らなかったのですが、企画提案を行うにあたって二条城を知ること、とても魅力的な世界遺産ということが知れました。今後、二条城だけではなくさまざまな世界遺産についても知りたいと感じました。

◇二条城限定通貨 班

・自分たちで課題点を見つけるというのは、私ひとりでは難しく感じていましたが、グループですることによって他の人から得られる学びがあって勉強になりました。マーケティングには触れたことがなかったのですが、二条城に実際に訪れて考えられる機会があったことも、勉強になりました。

・二条城という、実際にある場所を使って考えられたので面白かったです。仮に考えたアイデアの実現可能性が低くても、そこにどういった難しさがあるのか行政の視点から知れるので学びになりました。

03 解決策

京都市民の京都市民による京都市民のための スペシャルイベント

理想像：「地元の方が何度も二条城に訪れるようになる」
ターゲット：京都府民（下関生も含む）の方限定
コンセプト：一時代を経た心の拠り所
施策：京都市民の方々限定で梅林に招待しイベントを楽しんでもらうことでこれから二条城に足を運んでもらうきっかけとする。

名称を「二条城へおこしやす」と提案します



担当教員からのコメント

● 同志社大学政策学部 多田実

今年度も予め課題や目標を設定することなく自ら問題を発見して解決する“Problem Based Learning”のPBLアプローチで開講しました。過年度の授業で軸としてきた「価値主導型マーケティング」などに加えて、最新のマーケティング手法と言える「推奨型（アドボケイツ）マーケティング」や「不便益」の概念なども紹介することにより、各班が問題解決のために使える手法を適材適所的に上手く使い分け、文化遺産マーケティングの実践的な学びになったと高く評価しています。

今回の4つの提案は、今すぐには実現させる可能性が低いものも含まれているように思いますが、型に嵌めない若者らしい提案になっていると思いますので、できる範囲で実際に京都市で検討・採用していただけますと幸いです。受講生の皆さん、お疲れ様でした。最後になりましたが、授業時間外でもメールなどでご対応いただいた二条城事務所 日野 貴之 様に厚く御礼申し上げます。

活動資料

▼授業風景

ジャムボードを用いたグループワークが中心です。
先生からの様々なヒントを受けながら、企画・提案に向けた準備を進めました。



▼二条城フィールドワーク

二条城内と三条会商店街を探索。
二条城事務所の日野様にもインタビューを行いました。

